

Formation Google Tag Manager (GTM)

: Implémenter un plan de taggage

Description de la formation Google Tag Manager

Google Tag Manager (anciennement Google Gestionnaire de balises) vise à permettre aux équipes marketing d'implémenter et de gérer des balises (à savoir des bouts de code ou des pixels de suivi) de manière autonome. Ces balises s'incorporent automatiquement dans un conteneur qui doit, lui, être intégré en dur dans le code.

De nombreuses balises répondant à des besoins généraux sont proposées nativement par Google Tag Manager et peuvent être gérées librement dans le gestionnaire des balises sans avoir à accéder au code du site web. Il est également possible de créer des balises personnalisées s'écartant des modèles prédéfinis pour des besoins plus spécifiques.

Tout ce que l'on ajoute ou modifie sur Google Tag Manager peut être testé et débogué avant d'être mis en service. Le mode Aperçu procède à une vérification automatique et empêche la publication des balises si elles ne sont pas formatées correctement.

D'autres fonctionnalités de récupération des erreurs, telles que l'historique des versions, permettent également de s'assurer que personne ne déploie une balise qui pourrait poser un problème au niveau du site.

Objectifs

À l'issue de cette **formation Google Tag Manager (GTM)** et de ses nombreux travaux pratiques, vous aurez acquis les connaissances et les compétences pour :

- Mettre en œuvre Google Tag Manager pour mesurer les performances d'un site web
- Implémenter des balises et des déclencheurs
- Paramétrer des variables
- Améliorer et affiner la mesure des performances des dispositifs

- Simplifier le marquage et le suivi des interactions sur les sites

À qui s'adresse cette formation ?

Public :

Ce cours Google Tag Manager (GTM) s'adresse aux webmasters, référenceurs, directeurs de sites ou responsables marketing (tous secteurs confondus) ainsi qu'à tout public marketing déjà initié à Google Analytics.

Prérequis :

Pour suivre ce stage Google Tag Manager (GTM) dans de bonnes conditions, il est vivement recommandé d'avoir suivi la formation Google Analytics (IAGA) ou de posséder des connaissances équivalentes.

Contenu du cours Google Tag Manager

Interface et implémentation de Google Tag Manager (GTM)

Présentation et organisation de l'espace de travail, droits, accès et principe de publication et de versioning

Définition des "conteneurs"

Implémentation des codes de Tracking

Installation de Tag Manager Injector

Le fonctionnement de GTM et de couche de données (Data Layer)

Les composants de GTM

Déclencheurs

Balises

Variables

Data Layer et Data Model

Mise en œuvre : configurer un espace de test pour GTM



ITgate

Training

Your Gateway to Excellence

Création d'un compte

Installer Tag Manager Injector

Les balises

Les balises intégrées

Les balises personnalisées

Exemples et configuration

Les déclencheurs

Types de déclencheurs

Configuration

Paramétrage des règles et conditions de déclenchement

Exemples et configuration

Les variables

Configuration des variables intégrées

Variables personnalisées

Travaux Pratiques

À titre indicatif, voici quelques exemples de travaux pratiques réalisés durant la formation :

- Mise en œuvre du suivi Google Analytics via GTM
- Création d'un évènement
- Mesure de l'envoi de formulaires
- Mesure du visionnage de vidéos YouTube
- Mesure de la profondeur de visite des pages
- Création d'une variable personnalisée
- Mesure des clics sur les boutons de partage

Capital Social: 50000 DT **MF:** 1425253/M/A/M/000 **RC:** B91211472015

Tél. / Fax.: +216 73362 100 **Email:** contact@itgate-training.com **Web:** www.itgate-training.com

Adresse : 12 Rue Abdelkadeur Daghrir - Hammam Sousse 4011 – Tunisie